



商报·东方数据

版权所有，未经书面许可，任何单位
或个人不得公开发布或向第三方传播。

中国图书市场专题分析 (11043003)

中国新华书店协会

<http://www.xhywt.com>

东方出版交易中心

<http://www.isbnok.com>

两强分庭抗礼 经管市场难分高下

——2011年第一季度机械工业出版社 VS 中信出版社

责任编辑 郭玲范

【数据说明】本专题所引用数据除特别说明外均来自东方出版交易中心“中国出版物流通监测系统”，所有数据均为系统内全国范围的数据。

【版权声明】所有文章仅供用户参考，研究所用，其版权为上海东方出版交易中心所有，如须转载、引用或用在其他用途，请先与我公司联系，获得书面许可。联系电话：400-8855-122。

经管市场向来是图书市场中的重要阵地，经管类图书则是以价格高、市场热度高和销售比重高这“三高”著称。今天我们就来看一看经管类市场中地位举足轻重的两家大社机械工业出版社和中信出版社的销售情况。笔者将根据“中国出版物流通监测系统”的监测数据来对这两家出版社在近三年第一季度在经管类市场中的表现进行比较，综合分析各项指标。

一 码洋份额和动销规模：机械工业占比较大

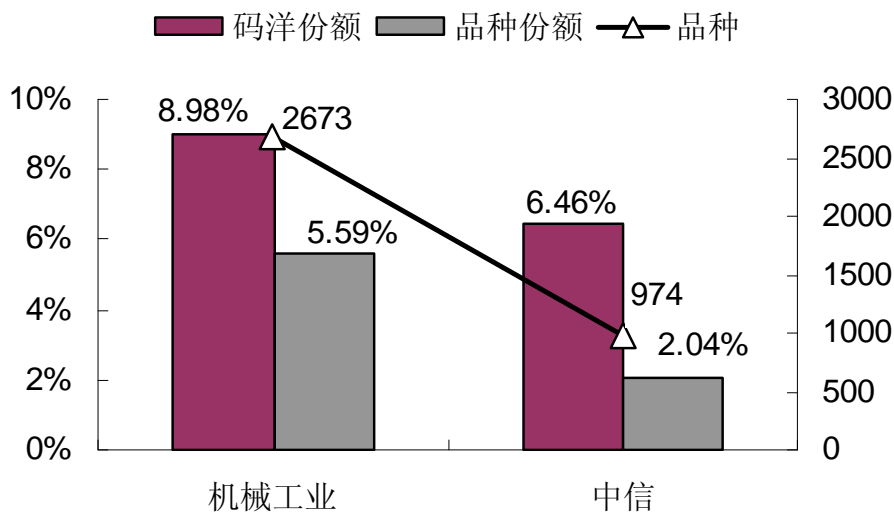


图1 2011年第一季度经管类两社图书份额、动销品种示意图

近三年在经管类市场中的码洋份额以及品种份额方面看，自2009年起的三年机械工业都高于中信，两者在码洋份额上差值基本维持在1.5-3.0个百分点之内，都处在经管类出版社1、2名的位置，市场占有能力较高。

而品种方面，机械工业则占有更加绝对的优势，每年第一季度的动销规模都在2500种左右，而中信基本不到1000种。品种份额机械工业基本维持在5%左右，而中信基本在2%，因此如图1所示，机械工业以较大的销售规模优势领先，

同时获得的市场码洋份额也高于中信出版社。

此外两社各区域的表现也是同整体市场一致，在东、北、南、中西部四大区域的销售情况中，码洋份额和品种方面都是机械工业出版社略高。

二 单品贡献率¹：中信三年完胜机械工业

单品贡献率是衡量图书单品销售水平的重要数据，2009年至2011年第一季度机械工业的单品贡献率分别为1.98、1.61和1.61；中信为4.34、3.66和3.17。很明显中信的优势较大。由于出版较少的图书但相对获得了不错的市场份额，因此中信的图书在抢夺市场方面能力更胜一筹。而且四区的表现也同整体市场相同，单品贡献率方面中信较高。这从其畅销书的表现亦可看出，在第一季度机械工业销售最好的是《绝·策：中国首度公开的坦克式营销策略秘笈》，中信则是《货币战争》，价格一样38元，销售分别为5千和1.2万册，这中间的差距便可一窥端倪。分析《货币战争》出版至今始终牢牢占据榜单前列的原因，主要是由于近年来国际金融局势不断震荡，财经局面乱象纷纷，该书联系中国实际分析全球货币发展历程，提出应对方案，深受读者欢迎；其2、3本也相继在09年和11年出炉，在市场上始终保持相应的热度。

三 出版规模及动销率：机械工业优势明显

2009至2011年第一季度经管类新书出版方面，机械工业的新书品种数分别为166、165和181种，而中信分别是49、89和42种，两社出版规模大小不言而喻。此外在动销品种方面机械工业也高于中信，近三年分别为137、145和167种；而中信仅有40、38和28种。如下图2所示，机械工业动销率高于中信，并且三年连续提升。分析原因，由于机械工业立足行业时间更长且出版规模较大，在全国各地发行网络覆盖面更广，其营销网络甚至包含港澳台地区，在国内零售市场的占有率常年保持第一，因此动销品种较多也在情理之中。

四 畅销书和新书的万元率²及覆盖率³：中信相对码洋获取能力更高

表1 近三年第一季度两社经管类平均万元率及覆盖率

图书	版别	2009年第一季度		2010年第一季度		2011年第一季度	
		万元率	覆盖率%	万元率	覆盖率%	万元率	覆盖率%
畅销书	机械工业出版社	0.39	19.9	0.28	19.9	0.23	17.5
TOP100	中信出版社	0.43	17.9	0.37	18.7	0.27	16.1
新书	机械工业出版社	0.17	11.2	0.18	14.3	0.14	10.1
TOP20	中信出版社	0.14	10.7	0.13	10.6	0.15	6.1

首先，我们选取两家社的 TOP100 的经管类畅销书平均值进行比较，如上表 1 所示，近三年第一季度的万元率方面，基本都是中信出版社略高于机械工业出版社，而覆盖率情况则是相反，后者略高于前者。说明第一季度中信的畅销图书在经管类市场上占据的码洋份额略高，但市场的覆盖销售情况不及机械工业出版社。

另外，我们选取了 TOP20 的经管类新书平均值进行比较，新书方面今年依然是中信新书万元率略高于机械工业，其余年份则是机械工业较高，而覆盖率则仍旧是机械工业领先。可以看到，畅销书方面两者基本打个平手，两者不分输赢。新书方面中信不敌机械工业，而今年情况有所改进。不过如果单纯从销售数据上面看，以出版社获得码洋而论，万元率表现更为重要。

五 具体图书表现：各有优势，不分伯仲

表 2 2011 年第一季度机械工业经管类畅销书 TOP5

排名	图书书名
1	《绝口策：中国首度公开的坦克式营销策略秘笈》
2	《你在为谁工作》
3	《卓有成效的管理者（珍藏版）》
4	《从零开始学看盘大全集（超值图解版）》
5	《领导无形 管理有道》

表 3 2011 年第一季度中信经管类畅销书 TOP5

排名	图书书名
1	《货币战争》
2	《怪诞行为学（增订版）》
3	《第五项修炼：学习型组织的艺术与实践》
4	《请给我结果（钻石版）》
5	《苏宁：背后的力量—创新营销》

再看两社出版的具体经管类图书情况。纵观两社的畅销图书，虽然都在经管市场中争夺市场份额，但是出版图书的角度并不十分重合，由于多年的市场竞争，两社形成了较为有序的出版侧重点。首先在经济和管理大类的区分中，机械工业出版社侧重在管理的部分，而中信则都有涉猎，其中不乏经济学方面的专业经济理论和国际经济分析的题材，如《怪诞行为学（增订版）》《世界大趋势 4：看懂世界的方法》等。其次，机械工业比较擅长出版金融投资方面的图书，如证券分析、理财方法、创业投资等类型图书，份额占比约占 3 成，如《从零开始学看盘大全集》等；而中信出版社则侧重于引进版的国外经管类图书（TOP100 中比例超过 2

成), 如《赢(第2版)》和《第五项修炼: 学习型组织的艺术与实践》等。另外, 相对而言, 中信出版的经管类图书的作者知名度较大, 如斯蒂夫·乔布斯、杰克·韦尔奇、李开复、乔治·索罗斯等国内外500强公司、大型企业或基金的管理者和创始人, 以及彼得·圣吉、宋鸿兵、冯仑、王石等一些国内外业界的知名学者和企业家。

对于这两家经管类中的“大牌”而言, 在全国整体市场中都占据着不可小觑的领先地位, 而第一季度的表现, 则是既各有优势又互不相让。可见两社实力相当各有所长, 着实难分高下。

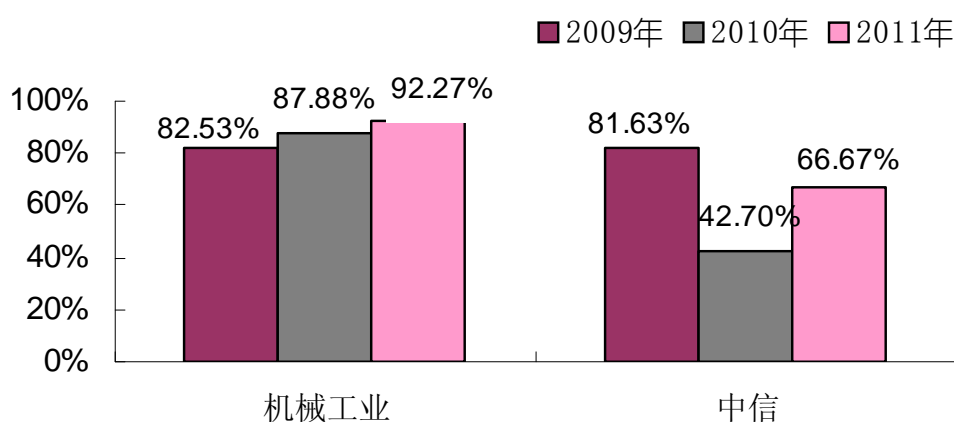


图2 近三年第一季度经管类两社新书动销率示意图

注1: (平均) 单品贡献率: 码洋份额/品种份额, 衡量单品的码洋贡献。若该值大于1, 则大于平均水平。

注2: 万元率: 万元贡献率, 表示该区域/书店每万元销售中, 该图书所占的比例。

注3: 覆盖率: 图书在系统采样监测书店的到达度, 该书如在该书店曾经有过销售, 则认为该书已覆盖该书店。

六 东方视点

- 1、码洋份额和动销规模相比较而言, 机械工业占比较大;
- 2、单品贡献率表现为中信三年完胜机械工业;
- 3、出版规模及动销率: 机械工业优势明显;
- 4、畅销书和新书的万元率及覆盖率指标表现中则是中信相对码洋获取能力更高;
- 5、具体图书表现, 两社各有优势, 不分伯仲。机械工业出版侧重在管理的部分, 而中信则都有涉猎, 其中不乏经济学方面的专业经济理论和国际经济分析的题材。